



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

# **PERSEPSI MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI TERHADAP PESAN-PESAN DAKWAH DALAM SINETRON TUKANG BUBUR NAIK HAJI**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**UMI NURHAMIMAH  
NIM. 07210024**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
SYEKH NURJATI CIREBON  
2013 M / 1434 H**

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada masa globalisasi, media masa tumbuh dan berkembang dengan sangat pesat. Banyak media komunikasi yang terus berkembang dengan mengikuti masa di mana masa ini serba menggunakan teknologi yang sangat canggih dan mudah digunakan oleh masyarakat, sehingga masyarakat lebih mudah untuk berkomunikasi. Adapun beberapa media komunikasi seperti televisi, internet, handphone, dan radio.

Televisi merupakan salah satu jenis media komunikasi massa elektronik yang diminati oleh masyarakat, karena kemampuan televisi untuk memberikan sebuah informasi terbilang sangat canggih, tidak hanya itu televisi yang sifatnya *audiovisual* memudahkan masyarakat untuk menerima informasi yang disampaikan dengan cara melihat gambar dan mendengarkan suara secara bersamaan.

Media televisi salah satu media massa yang diminati oleh masyarakat, karena banyak unsur didalamnya yang memberikan informasi serta tayangan yang mencakup unsur pendidikan dan acara-acara yang ditayangkan seperti film, musik, olah raga, berita, talk show, reality show, *entertainment*, dan quiz. Hal ini menjadi salah satu alasan yang mendorong masyarakat untuk tetap setia memilih televisi sebagai salah satu sumber informasi yang utama dibandingkan dengan media massa yang lainnya.

Perkembangan dunia pertelevisian di Indonesia tumbuh dan berkembang secara pesat, hal ini jelas muncul persaingan stasiun televisi swasta yang memberikan informasi serta tayangan secara bermanfaat, sehingga dapat menarik perhatian masyarakat yang menyaksikan tayangan atau acara tersebut. Dengan persaingan yang sangat ketat antar stasiun televisi, stasiun televisi selalu menjaga mutu dan kualitas program acara yang ditayangkannya dimana menayangkan acara-acara keunggulan yang





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

dimiliki perusahaan stasiun televisi agar lebih dapat menarik perhatian masyarakat.

Televisi dianggap mempunyai peranan yang penting dalam perkembangan informasi jika dibandingkan dengan radio yang sifatnya audio (hanya didengar) maupun media cetak yang dikemas dalam bentuk tulisan, karena televisi sifatnya audio visual. Selain itu, televisi juga dapat difungsikan sebagai sarana (media) dalam penyiaran dan dakwah Islam.

Tayangan yang disajikan oleh televisi tentu tidak tanpa maksud, ada hal yang berusaha disampaikan kepada para penonton, apakah tayangan itu diterima atau tidak, baik atau buruk penonton yang menentukan. Karena masing-masing persepsi setiap penonton berbeda-beda. Persepsi sendiri merupakan proses internal yang dilakukan untuk memilih, mengevaluasi dan mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan eksternal. Dengan kata lain persepsi adalah cara mengubah energi-energi fisik lingkungan menjadi pengalaman yang bermakna. Persepsi adalah juga inti komunikasi, karena jika persepsi tidak akurat, tidak mungkin untuk berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan untuk memilih pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi individu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.

Menurut Brian fellows bahwa persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi (Dedi Mulyana,168). Jadi, didalam setiap tayangan televisi baik berupa sinetron, iklan atau lainnya pesan yang disampaikan akan diterima oleh penonton sesuai persepsi masing-masing. Begitu juga dengan tayangan sinetron tukang bubur naik haji, penonton akan mempersepsikan apa yang ditampilkan dalam setiap adegan maupun dialog dari pemainnya.

Keberadaan televisi dapat dijumpai dimana-mana, di setiap rumah, perkantoran maupun di lapak-lapak pinggir jalan dengan mudah ditemui,



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

seperti yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa seiring perkembangan zaman jumlah televisi kian berkembang pula. Semaraknya acara-acara televisi yang disiarkan bagi masyarakat ditandai dengan banyaknya stasiun televisi swasta di Indonesia, seperti SCTV, RCTI, TRANS 7, TRANS TV, MNC TV, INDOSIAR, ANTV dan lainnya. Diantara acara yang ditayangkan adalah sinetron atau “sinema elektronik”, sinetron merupakan salah satu alternatif hiburan yang juga diminati oleh masyarakat, karena selain tidak membutuhkan biaya, juga mudah untuk menikmatinya.

Saat ini, media televisi bukan hanya dimanfaatkan sebagai media informasi atau hiburan saja melainkan juga sebagai media dakwah. Banyak acara keagamaan yang ditayangkan di stasiun-stasiun televisi baik berupa acara ceramah agama, sinetron atau sinetron religi.

Sinetron dalam media dakwah mulai direspon dan diminati oleh masyarakat, hal ini terlihat dari rating dalam sebuah sinetron, karena keberadaan sebuah sinetron biasanya ditentukan oleh rating. Bila ratingnya naik, maka episodenya bisa diperpanjang, dibuat berseri, atau jam tayangnya ditambah. Rating juga berdampak terhadap meningkatnya iklan. Oleh sebab itu rating selalu dipakai sebagai tolok ukur kesuksesan sebuah sinetron. Seperti dalam hal jam tayang sinetron tukang bubur naik haji durasi penayangannya sekitar 2 jam bahkan lebih. Selain itu, dakwah melalui sinetron / film lebih komunikatif sebab materi dakwah diproyeksikan dalam suatu skenario film yang memikat dan menyentuh keberadaan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu stasiun televisi yang menayangkan sinetron religi adalah RCTI, yaitu sinetron Tukang Bubur Naik Haji. Dari beberapa sinetron religi yang ada, sinetron ini mendapat tempat tersendiri dihati penonton, baik dari kalangan orang tua, remaja, maupun anak-anak. Salah satu daya tarik sinetron ini adalah adanya unsur pendidikan moral dan karakter yang tersirat maupun tersurat dalam dialog dan tingkah laku para tokoh dalam sinetron ini. Mereka bukan hanya menggambarkan tingkah laku positif manusia baik dimata agama dan masyarakat, melainkan menampilkan juga





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

karakter yang berbanding terbalik dengan hal tersebut. Adegan yang mereka tampilkan terkesan alamiah. Sinetron tukang bubur naik haji mengangkat tema sederhana dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Konsep sinetron ini tidak melulu membahas soal percintaan dan harta yang dijadikan topik utama. Pesan moral dan agama yang terkandung dalam sinetron ini terasa mengalir dan ringan untuk dinikmati para penonton yang membutuhkan hiburan santai ditengah jam istirahat se usai pulang kerja. Pesan agama yang ditampilkan secara komedi membuat para penontonnya tidak sadar akan pesan yang ingin disampaikan oleh produsen ( sutradara, produsen, penulis skenario).

Sinetron tukang bubur naik haji mengisahkan tentang seorang penjual bubur bernama Sulam, yang ingin memberangkatkan emaknya pergi haji. Orang lain, termasuk istrinya, mengingatkan Sulam, haji itu bagi yang mampu. Sementara penghasilan tukang bubur itu paling buat makan sehari-hari. Jadi, dari mana uang untuk berangkat haji. "Insya Allah, Mak. Sulam mohon doa Emak. Kalau doa Emak makbul, Emak pasti naik haji," janji Sulam.

Didorong keinginan yang kuat untuk memberangkatkan haji Emaknya, Sulam bekerja keras. Tidak lupa, ia menyisihkan sebagian penghasilan di bank. Melihat keinginannya pergi haji, seorang temannya menempel nama Bubur Ayam H. Sulam di gerobaknya. Sulam pun bersedekah, termasuk memberi makan bubur kepada anak-anak yang tinggal di rumah yatim. Kepada pengurus yayasan rumah yatim, Sulam dan keluarganya minta didoakan pergi haji.

Seperti biasa, Sulam menyeter uang ke bank. Ketika sampai di bank, petugas memberitahukan bahwa Sulam menjadi pemenang sedan mewah. Karena Sulam bengong, si petugas mengatakan sedannya bisa dijual dan dapat digunakan untuk pergi haji. "Berapa orang?" tanya Sulam. "Satu RT".



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Pulang ke rumah, Emak dan istri Sulam bingung dan khawatir karena Sulam seperti orang linglung. ”Maafin Emak kalau keinginan Emak membuat Sulam jadi tidak waras.” Ketika sadar, Sulam mengatakan ia bersama emak, istri, teman, dan pengurus rumah yatim diajak pergi haji. Kali ini, gantian si Emak yang pingsan.

Kalau kita punya masalah, kalau kita punya keinginan, maka tidak ada satu pun yang bisa menolong kita, kecuali Allah. Termasuk keinginan Emak si tukang bubur dan keinginan tukang bubur. Tidak ada yang bisa menolak, kecuali Allah. Dan apa yang terjadi kalau Allah sudah berkenan menolong seseorang? Allah akan mengatur dari langit, sehingga sesuatu yang menurut orang tidak mungkin terjadi, malah terjadi.

Tentu si tukang bubur dan ibunya mendapat keberkahan dari Allah. Sebenarnya bukan tanpa sebab, tapi ada amal-amal yang mereka lakukan, yang kemudian membuat Allah mengeluarkan putusan terbaik buat mereka. Si Ibu punya niat yang sangat kuat, rindu untuk berkunjung ke Baitullah, mencium Hajar Aswad, dan menyempurnakan rukun Islam. Kemudian si anak mahabah kepada orang tua, ingin menyenangkan orang tuanya, lalu dia berusaha dan menabung sebisa dia.

Si tukang bubur percaya seseorang yang berniat baik, Allah akan menyempurnakannya. Kedua, dia berniat menabung untuk ibunya yang berniat haji dan Allah kemudian menyempurnakannya. Ketiga, ia bersedekah karena sedekah bisa menghantarkan seseorang mencapai keinginannya. Allah yang mengatur segalanya dari langit. Kalau Allah berkata ”kun (jadi), fayakun” (maka terjadilah). Sepulang dari naik haji, usaha buburnya semakin berkembang. Tentu hal itu berkat ketekunannya sehingga menjadikan dia berharta banyak untuk lingkungan didesanya.

Melihat hal itu, tetangganya, H Muhidin dan Hj. Maemunah karena iri hati dengan kesuksesannya, memusuhinya tanpa sebab yang jelas. Bahkan melarang anaknya, Rumanah berhubungan dengan Robby, adik Sulam. Sejak itu fitnah-fitnah terus berdatangan pada keluarga Sulam.



Namun, keluarga haji sulam lebih sering tidak menanggapi fitnahan-fitnahan itu.

Dari fenomena kisah disinetron tukang bubur naik haji tentunya para penonton menanggapi dan mempersepsikannya secara berbeda, tergantung bagaimana penonton menilai sinetron tersebut. Setiap adegan yang ditayangkan tentunya mempunyai pesan yang berusaha disampaikan kepada para penontonnya, kemudian penonton sendiri yang memberikan tanggapan apakah pesan itu sesuai atau penting tergantung dari persepsi masing-masing penonton.

Berpijak pada fenomena tersebut, peneliti akhirnya memilih topik “Dakwah Melalui Sinetron” (Studi Kasus Tentang Persepsi Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon Terhadap Penyampaian Pesan-Pesan Dakwah dalam sinetron Tukang Bubur Naik haji) sebagai judul skripsi. Peneliti beranggapan bahwa sinetron tersebut merupakan salah satu program keagamaan yang sengaja dihadirkan oleh stasiun televisi RCTI untuk mendidik dan mempengaruhi pemirsa melalui pesan ajaran Islam yang ada di dalamnya kemudian mampu mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diambil pokok permasalahan yang dapat dijadikan sebagai obyek kajian penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana persepsi mahasiswa IAIN SNJ terhadap isi Pesan dakwah dalam sinetron Tukang Bubur Naik haji ?
2. Bagaimana pesan-pesan dakwah dalam sinetron Tukang Bubur Naik Haji itu disampaikan?

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa IAIN SNJ terhadap isi pesan dakwah dalam sinetron Tukang Bubur Naik haji.
2. Untuk mengetahui bagaimana pesan-pesan dakwah dalam sinetron Tukang Bubur Naik haji disampaikan?

### D. Kerangka Pemikiran

Dakwah Islam telah berlangsung selama 14 abad lebih sejak Muhammad diutus menjadi rasul (tidak berhenti dengan meninggalnya beliau) dan terus berlangsung hingga akhir zaman. Dinamika kegiatan dakwah selalu bersentuhan dan berhadapan dengan lingkungan yang melingkupinya di mana kegiatan dakwah berlangsung, disamping juga berhadapan dengan proses perkembangan peradaban manusia dengan segala rupa dampak akibat perkembangan baik yang positif maupun negatif, baik yang mendukung gerak perkembangan dakwah maupun yang menghambat.

Dakwah sebagai bagian dari sistem ajaran Islam yang berfungsi sebagai sarana menyebarkan ajaran Islam, dapat dilihat dari dua pandangan, yakni : Mikro dan Makro. Secara mikro dakwah dapat dipahami sebagai kegiatan yang menyampaikan ajaran islam, dapat dipahami sebagai kegiatan yang menyampaikan ajaran islam kepada umat manusia baik dengan khotbah, pengajian dan lain sebagainya yang bersifat rutin pada waktu dan tempat tertentu. Hal ini, berakibat pada peran dan fungsi dakwah menjadi sempit dan terbatas kegiatan keagamaan yang seremonial dan terbatas di masjid dan tempat-tempat pengajian saja, di luar ini, dianggap bukan tugas dakwah. Akibat lebih lanjut, dakwah hanya dapat menyentuh persoalan luar dari kehidupan manusia dan tidak menyentuh inti persoalannya lebih-lebih memberikan alternatif jalan keluar.

Secara makro, dakwah pada hakekatnya upaya pembebasan umat manusia secara fundamental hanya untuk mengabdikan kepada Allah dan Rasulullah. Perwujudan dari pemahaman ini maka dakwah merupakan







1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

aktualisasi teologis (iman) yang dimanifestasikan dalam sistem kegiatan dalam bidang sosial kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, dan bertindak pada dataran kenyataan individual dan *social cultural* dalam rangka mewujudkan ajaran islam pada semua segi kehidupan. (Suisyanto, 2006:96-97)

Sedangkan secara etimologis perkataan dakwah berasal dari Arab yang berarti seruan, ajakan atau panggilan. Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan dikenal dengan panggilan *da'i = orang yang menyeru*. Tetapi mengingat bahwa proses memanggil atau menyeru tersebut juga merupakan suatu proses penyampaian (*tabligh*) atau pesan-pesan tertentu, maka dikenal pula istilah *muballigh* yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan (*message*) kepada pihak komunikan.

Dengan demikian, secara etimologi (logat) pengertian dakwah dan *tabligh* itu merupakan suatu proses penyampaian (*tabligh*) pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.

Dari beberapa pengertian tersebut di atas dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa pengertian dakwah secara umum adalah sebuah seruan, ajakan dan panggilan seorang *da'i* kepada *mad'u* untuk berjalan di jalan Allah (*taqwa lillah*).

Bagi setiap muslim dakwah adalah sebuah kewajiban yang harus dilaksanakan. Setiap orang yang sudah memproklamirkan dirinya sebagai seorang yang beragama Islam kewajiban berdakwah tidak bisa ditawar-tawar lagi. Dalam sabda Nabi disebutkan : *بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً* “*Ballighu ‘annii walau ayat*” yang artinya “*Sampaikanlah apa yang kamu terima dari padaku walaupun hanya satu ayat*”. (Hr. Ahmad bin hambal, bukhori dan tarmidzi)

Dari hadits di atas terlihat jelas bahwa dalam rangka kegiatan dakwah, dalam Islam tidak memberatkan umat-Nya untuk mengetahui semuanya sebelum melakukan dakwah. Akan tetapi Islam memberikan

kemudahan bahwa sangat dianjurkan untuk menyampaikan apa yang diketahui walaupun itu hanya satu ayat ataupun sedikit ilmu yang dimiliki.

Dalam berdakwah pun manusia telah ditunjukkan bagaimana cara yang dapat dilakukan untuk berdakwah. Dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 yang berbunyi :

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ  
بِمَن ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (١٢٥)

*“Serulah kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan nasehat-nasehat yang baik, dan bertukar fikiranlah dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya, dan Dia-lah yang mengetahui siapa yang terpimpin”. (Qs. An-Nahl : 125)*

Ayat ini menjelaskan sekurang-kurangnya ada tiga cara atau metode dalam berdakwah yaitu metode hikmah (ketepatan dai dalam menyelaraskan teknik dakwah dengan kondisi *mad'u*), metode *mau'izhah hasanah* (dengan memberi pelajaran yang baik) dan metode *mujadalah* (bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya). Ketiga metode ini digunakan sesuai obyek dihadapi oleh seorang da'i di medan dakwahnya. (Munir, 2006:33-34)

Perkembangan zaman yang terus berkembang begitu cepat. Memaksa setiap manusia untuk tanggap pada setiap perubahan yang muncul akibat dari perkembangan zaman tersebut. Islam sebagai agama yang *rahmatan lil 'alamin* dan sebagai agama terakhir yang diturunkan untuk menyempurnakan ajaran-ajaran terdahulu, harus tanggap pula akan perubahan tersebut. Islam yang dulunya identik dengan kesederhanaan dalam hidup mau tidak mau harus bisa menyesuaikan dengan apa yang dibawa oleh perkembangan zaman. Hal ini tidak terlepas dari objek Islam itu sendiri yaitu manusia yang terus berubah seiring perkembangan zaman.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Memahami situasi yang demikian kegiatan dakwah harus menurut keinginan manusia yaitu, kegiatan yang efisien tanpa membuang waktu hanya untuk mendengarkan materi ceramah dari *da'i* sehingga banyak cara yang bisa dilakukan salah satunya yaitu berdakwah melalui media televisi. Selain efisien waktu, berdakwah melalui televisi juga menghemat tenaga serta bisa memperluas jangkauan penerima pesan (*mad'u*).

Dakwah melalui televisi dinilai efektif karena televisi dipandang sebagai media strategis untuk penyampaian dakwah kepada masyarakat secara menyeluruh . Hal ini mendorong adanya *dakwahtainment* sebagai program televisi yang menggabungkan antara dakwah dan hiburan sehingga *dakwahtainment* dapat menjadi sebuah lahan garapan baru bagi para *da'i* untuk bisa terus berseru kepada jalan Allah.

*Dakwahtainment* sendiri bisa melalui sebuah tayangan ceramah keagamaan dan juga sinetron. Di dalam sinetron, pesan apapun yang disampaikan akan cepat terserap oleh pemirsanya, terutama jika pesan itu merupakan dakwah. Karena pada dasarnya, manusia sudah mempunyai naluri bertuhan dan berkeinginan dekat dengan-Nya. Dengan adanya dakwah melalui sinetron, maka media dakwah pun bertambah. Dan hal ini akan mempermudah para *da'i* untuk menyiarkan pesan-pesan Islam. Namun demikian, tidak setiap bintang sinetron dapat dikatakan sebagai *da'i*, sebagai mana sebaliknya tidak setiap *da'i* adalah bintang sinetron atau artis.

Disinilah RCTI sebagai salah satu stasiun televisi swasta mempunyai tanggung jawab untuk memberikan sebuah tayangan yang bisa diterima oleh semua kalangan. Sehingga dalam setiap program tentunya memiliki pangsa atau target pemirsa yang dituju oleh RCTI. Hal tersebut dimanifestasikan dalam wujud program acara sinetron religi “Tukang Bubur Naik Haji ” di mana saat ini sinetron merupakan tayangan yang banyak minati.



## D. Langkah-langkah penelitian

Langkah penelitian yang harus ditempuh yaitu:

### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah kampus IAIN Syekh Nurjati Cirebon dengan pertimbangan terdapat fakultas yang menyelenggarakan pendidikan keislaman terutama dakwah dan komunikasi.

### 2. Sumber Data

- a. Sumber data teoritik, data yang diambil dalam penelitian ini yaitu dari beberapa literatur tentang sinetron, pengolahan materi dakwah melalui sinetron, dan literatur tentang perkembangan psikologi keagamaan.
- b. Sumber data empirik, data yang diambil dari lokasi penelitian, yaitu mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

### 3. Populasi Sampel

#### a. Populasi

Populasi merupakan konsep yang menunjuk kepada keseluruhan unsur atau unit pengamatan yang paling kurang memiliki suatu ciri yang sama. Sedangkan sample adalah sebagian objek atau fenomena yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa IAIN yang menonton sinetron *Tukang Bubur Naik Haji*.

#### b. Sampel

Sample adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Suharsimi Arikunto, 2002 : 109). Karena populasi mahasiswa IAIN SNJ sangat luas maka peneliti menggunakan teknik *sample purposive*. Sampel ini digunakan dalam upaya memperoleh data tentang fenomena atau masalah yang diteliti memerlukan sumber data yang memiliki kualifikasi spesifik atau kriteria khusus berdasarkan penilaian tertentu, tingkat signifikansi tertentu. Dalam hal ini, sampel yang akan menjadi subjek penelitian adalah





mahasiswa IAIN yang menonton televisi dan menonton tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji*.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut data dalam penelitian kualitatif bisa berupa orang, peristiwa, lokasi, benda, dokumen atau arsip. Adapun strategi pengumpulan data dalam penelitian kualitatif menurut Sugiyono dalam bukunya mengatakan, teknik pengumpulan data yang utama adalah *observasi participant*, wawancara mendalam dan studi dokumentasi. (2005:147)

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut :

##### a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik yang dilakukan dengan cara berdialog atau tanya jawab langsung dengan mahasiswa IAIN Syekh Nurjati.

##### b. Observasi

Observasi yaitu dengan cara melakukan penelitian atau pengamatan guna memperoleh gambaran dan data tentang persepsi pesan dakwah dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji*.

##### c. Studi Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, sebagai pelengkap dari penggunaan teknik observasi dan wawancara. Dokumen bisa berbentuk tulisan (catatan harian, sejarah kehidupan, biografi), gambar (foto, sketsa) atau karya-karya monumental dari seseorang.

#### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan yaitu dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan tipe penelitian ini menggunakan tipe deskriptif-kualitatif. Tipe ini merupakan data yang berupa kata-kata lisan atau tulisan tentang tingkah laku manusia yang dapat diamati (Taylor dan Bogdan, 1984). Dengan demikian pengolahan data berdasarkan uraian sistematis dengan

mencari kategori yang ada di lapangan kemudian dipaparkan dan digambarkan kembali melalui data yang telah terkumpul lalu diklasifikasikan, dikategorikan dan interpretasikan.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Amrullah (Ed.), *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, Prima Duta, Yogyakarta, 1983
- Biagi Shirley, *Media/Impact Pengantar Media Massa*, Salemba Humanika, Jakarta, 2010
- Baskin Askurifai, *Jurnalistik Televisi*, Bandung, 2006
- Efendy Onong Uchjana, Ilmu, *Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000
- \_\_\_\_\_, *Komunikasi teori dan praktek*, Remaja Rosda Karya, Bandung, 2006
- Faizah dkk, *Psikologi Dakwah*, Prenada Media, Jakarta, 2006
- Hafiddudin Didik, *Dakwah Aktual*, Gema Insani Pers, Jakarta, 1998
- Kuswandi Wawan, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, Rineka Cipta, Jakarta, 1996
- Kusnawan Aep, *Ilmu Dakwah*, Pustaka Bani Quraisy, Bandung, 2004
- \_\_\_\_\_, *Komunikasi dan penyiaran Islam*, Pustaka Bani Quraisy, 2004
- Khaerul Wahidin dkk, *Metode Penelitian*, CV Alawiyah, Cirebon, 2002
- Krisyantono Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group Jakarta, 2006



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Munir dkk, *Manajemen Dakwah*, Prenada Media, Jakarta, 2006 : Prenada Media

Muhadjir Noeng, *Metode penelitian Kualitatif*, Rake Sarasin, Yogyakarta, 1996

Mulyana Dedi, *Ilmu Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005

\_\_\_\_\_, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosda Karya  
Offset, Bandung, 2000

Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta,  
2008

Aziz Moh Ali, *Ilmu dakwah*, Prenada Media, Jakarta, 2004

Mc.Quail Dennis, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Erlangga, Jakarta,  
1994

M. Bahri Ghazali, *Dakwah Komunikatif*, Pedoman Ilmu Jaya, Jakarta, 1997

Rahmat Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosda Karya, Bandung, 2003

\_\_\_\_\_, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosda Karya, Bandung, 1989

\_\_\_\_\_, *Rethorika Modern Pendekatan Praktis*, Remaja Rosda Karya,  
Bandung, 1998

Suisyanto, *Pengantar Filsafat Dakwah*, Teras, Yogyakarta, 2006

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung, 2005

Sambas Sukriadi, *Sembilan Pasal Pokok-Pokok Filsafat Dakwah (Diktat)*,  
Fakultas Dakwah IAIN Sunan Gunung Jati, Bandung, 1999





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sanwar M. Aminuddin, *Pengantar Ilmu Dakwah (Diktat)*, Fakultas Dakwah IAIN

Waliswongo, Semarang, 1986

Severin, Werner J & James W. Tankard Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode &*

*Terapan dalam Media Massa, Kencana Prenada Media Group*, Jakarta,

2007

Syukir Asmuni,. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. al-Ikhlas.

Surabaya, 1983

Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Dakwah Islam*, Amzah, Jakarta, 2008

Salim Peter, Salim Yenny, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta:

Modern English Press.

Shaleh Abdul Rosyad, *Manajemen Dakwah Islam*, Bulan Bintang, Jakarta, 1997

Tasmara Toto, *Komunikasi Dakwah*, Gramedia, Jakarta, 1997

Yani Ahmad, *Bekal Menjadi Khotib dan Muballigh*, Al Qolam, Jakarta, 2005

Zaidillah, Imam Alwisral, *Strategi Dakwah*. Kalam Mulia, Jakarta, 2002

[http://id.shvoong.com/social-sciences/communication-media-studies/2204073-](http://id.shvoong.com/social-sciences/communication-media-studies/2204073-dakwah-melalui-sinetron)

[dakwah-melalui-sinetron](http://id.shvoong.com/social-sciences/communication-media-studies/2204073-dakwah-melalui-sinetron)

<http://bengkelkomunikasi.blogspot.com/2010/04/tentang-televisi-publik.html>

[http://id.wikipedia.org/wiki/Televisi#1880-an:\\_Cakram\\_Nipkow](http://id.wikipedia.org/wiki/Televisi#1880-an:_Cakram_Nipkow)

<http://lutfifauzan.wordpress.com/2009/11/24/139/>